

ENSCHEDA PROMOTIE

CITYMARKETING
EVENEMENTEN
VRIJETIJDSECONOMIE



ENSCHEDA PROMOTIE

Wij leveren een belangrijke bijdrage aan de economische groei van de stad. Onze focus ligt hierbij op het aantrekken van meer bezoekers, die langer verblijven en meer besteden.

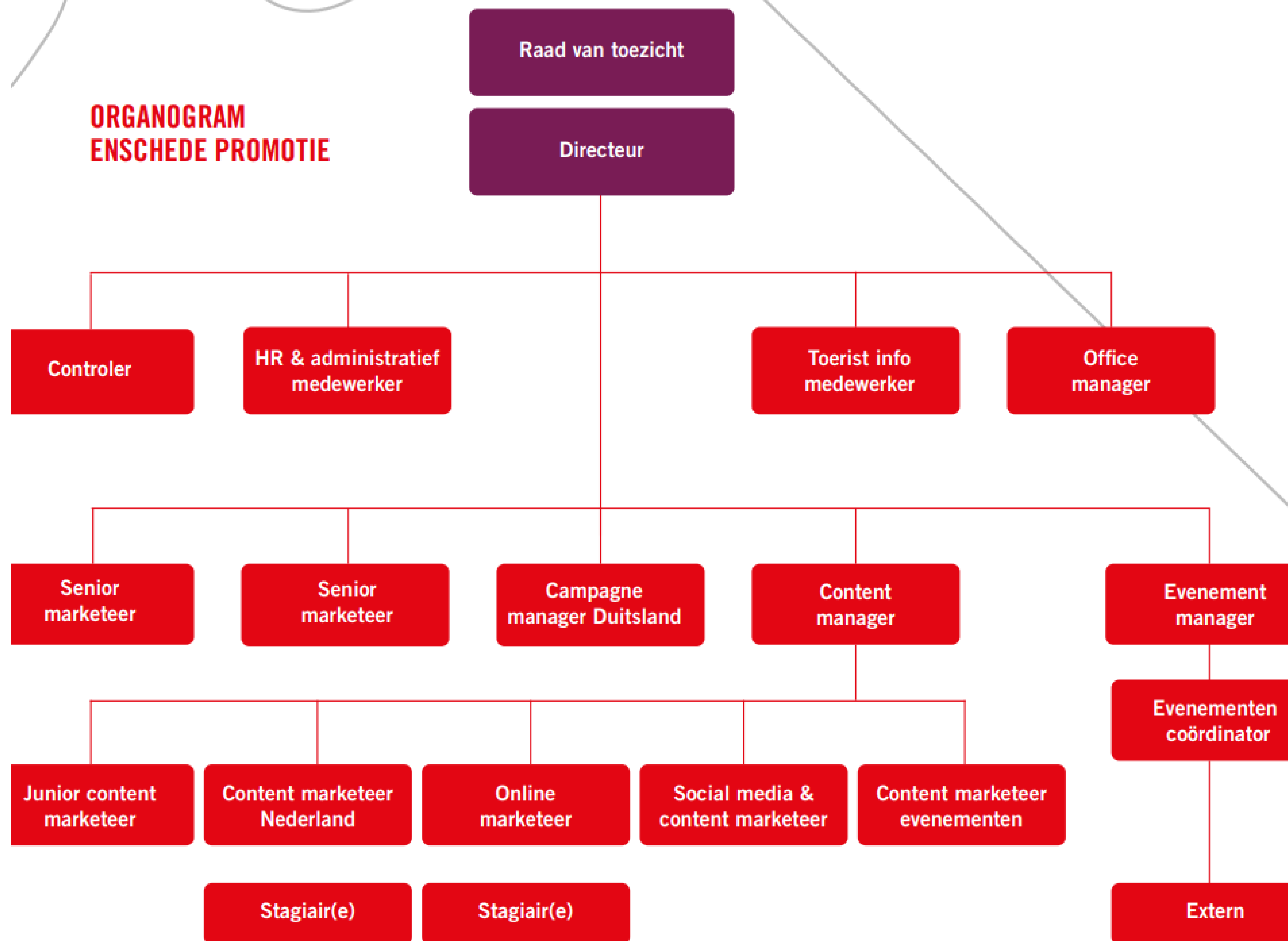
Daarnaast bouwen we aan het merk Enschede als technische, innovatieve en creatieve stad.

In onze promotie om bezoekers aan te trekken zetten we Enschede neer als ondernemende, creatieve en bruisende stad. Dat doen we met een drietal kernactiviteiten:

- **Citymarketing**
- **Vrijtijdseconomie** (Toerisme)
- **Evenementen**



ORGANOGRAM ENSCHDE PROMOTIE



SAMENWERKINGSPARTNERS

STICHTING ENSCHEDA PROMOTIE	STRATEGISCH	UITVOEREND	PROMOTIEEEL	KENNISDELING	COPRODUCTIE	FINANCIEEL
Gemeente	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Kennisinstellingen	✓		✓	✓		✓
Cultuurpartners	✓	✓	✓	✓	✓	✓
evenementenorganisatoren	✓	✓	✓	✓	✓	
SBME	✓		✓	✓		
VHSE		✓				✓
Winkelhart		✓				✓
Ondernemersfonds		✓				✓
Twente Marketing & Stedenband	✓			✓		
Euregio steden	✓		✓	✓		
IKT				✓		
Twente Board				✓		
Leisure Partners			✓	✓		
Stichting Enschede 700 (2025)		✓	✓	✓		✓

Enschede Promotie is herkenbaar vanuit de volgende rollen:

STRATEEG:

Samen met gemeente, kennisinstellingen, bedrijven en belangenbehartigers ontwikkelen we ons gezamenlijke vergezicht. Alle beleidsnotities (zie bijlage) liggen hiervoor aan de basis van verdere uitwerkingen en gezamenlijke projecten.

INNOVATOR:

Opsporen van trends en vertalen naar vernieuwende, onderscheidende en verrassende producten.

Regisseur: Aanjager van processen, waarbij we enthousiasmeren, plannen vormen en projecten in beeld brengen

VERBINDER:

Samenwerking tussen partijen organiseren en stimuleren.

UITVOERDER:

Zelf campagnes, activiteiten en evenementen organiseren altijd in afstemming met partners en op basis van draagvlak vanuit de stad.

ADVISEUR:

Partijen van advies voorzien bij het ontwikkelen en implementeren van activiteiten en evenementen.

CITY RANKING

GROOTSTE GEMEENTEN

- | | |
|--------------|--------------------|
| 01 Amsterdam | 09 Breda |
| 02 Rotterdam | 10 Nijmegen |
| 03 Den Haag | 11 Apeldoorn |
| 04 Utrecht | 12 Haarlem |
| 05 Eindhoven | 13 Arnhem |
| 06 Groningen | 14 Haarlemmermeer |
| 07 Tilburg | 15 Amersfoort |
| 08 Almere | 15 Enschede |

TOP 16
STEDEN

GEDEELDE
15E PLAATS

Amersfoort: 161.825 inwoners
Enschede: 161.751 inwoners



FACEBOOK VOLGERS

Amsterdam
Groningen
Den Haag
Breda
Enschede
Amersfoort
Eindhoven
Utrecht
Rotterdam
Apeldoorn
Arnhem
Haarlem
Nijmegen
Almere
Haarlemmermeer
Tilburg



INSTAGRAM VOLGERS

Amsterdam
Eindhoven
Rotterdam
Den Haag
Amersfoort
Groningen
Utrecht
Enschede
Haarlem
Breda
Apeldoorn
Arnhem
Nijmegen
Almere
Haarlemmermeer
Tilburg



ALWAYS ON CAMPAGNE GOOGLE ADS

10 miljoen vertoningen
75.000 klikken



48% MEER BEZOEKERS TOURIST INFO EN BRANDSTORE



11.000 EXTRA INSCHRIJVINGEN NIEUWSBRIEF

Dankzij adventskalender
(2023/2024)



BEREIK ONLINE ADVERTENTIES GOOGLE ADS

23 miljoen vertoningen
305.000 klikken



ONLINE ADVERTENTIES SOCIAL MEDIA

1.3 miljoen mensen bereikt
150.000 klikken naar website



28 MILJOEN GOOGLE WEBSITE VERTONINGEN

700.000 klikken
naar website

AMBITIE AGENDA 2028

De gemeente verleent haar culturele partners een meerjaren subsidie tm 2028.

De aanvraag moest daarvoor aangepast worden met een visie tot en met 2028, meerjaren begroting, monitoringsplan en concrete doelen.

Enschede Promotie heeft dit vertaald naar een Ambitie Agenda 2028 en hebben we van de gemeente goedkeuring ontvangen op dit plan



AMBITIES REALISEREN

We doen dit door soms andere keuzes te maken, stijlen aan te passen en altijd vanuit een solide, strategische samenwerking. Juist door krachten te bundelen, gaan we het onderscheid maken en onze ambities overstijgen.

Zo bouwen we de komende jaren verder aan het imago van Enschede met een onderscheidend vermogen

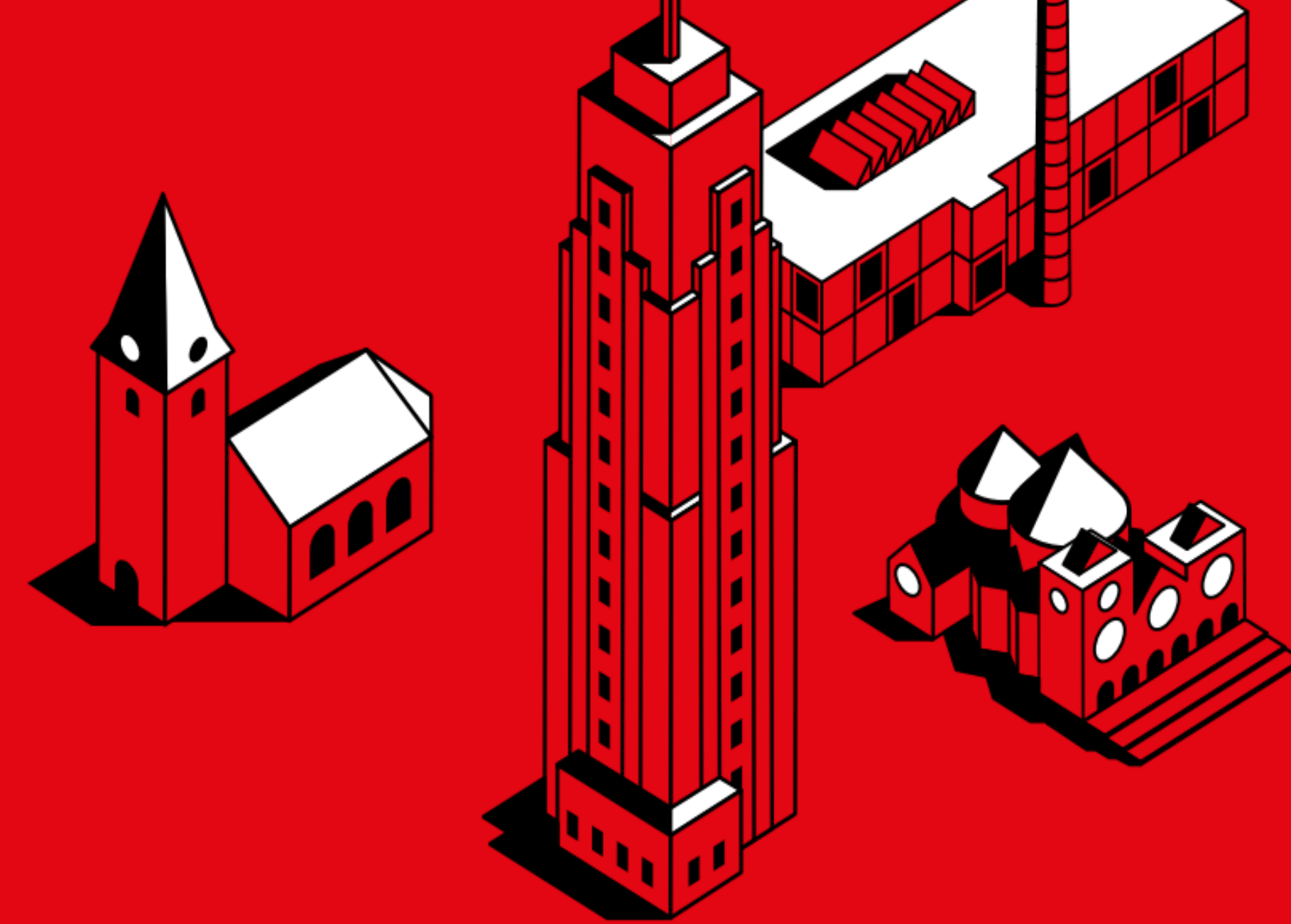


MISSIE EN VISIE

Belangrijk bij het afgeven van ambities, is dat zij realiseerbaar zijn en een positief effect op de doelstellingen van Enschede bieden. Het bouwen aan een merk is een meerjaren traject, waarin constant geïnvesteerd moet worden. Daarom blijven we de doelstellingen nastreven uit de citymarketingvisie en met ons voortschrijdend inzicht passen we ons aan op de toekomst. Voor Enschede Promotie is de volgende missie en visie geformuleerd:

MISSIE:

ENSCHEDA PROMOTIE STREEFT ERNAAR OM DE STAD ENSCHEDA OP DE KAART TE ZETTEN ALS EEN STAD VAN TECHNOLOGIE, INNOVATIE EN CREATIVITEIT. WIJ WILLEN DAT ENSCHEDA EEN AANTREKKELIJKE STAD IS OM TE WONEN, WERKEN, STUDEREN, EN RECREËREN.



VISIE:

IN 2028 IS ENSCHEDA NATIONAAL EN INTERNATIONAAL BEKEND ALS EEN BRUISENDE STAD WAAR TECHNOLOGIE, INNOVATIE EN CREATIVITEIT CENTRAAL STAAN. WIJ WILLEN DAT BEZOEKERS EN BEWONERS TROTS ZIJN OP DE STAD EN DAT BEDRIJVEN EN TALENTEN ZICH HIER WILLEN VESTIGEN.

Vanuit onze missie en visie hebben we de volgende centrale communicatieboodschap geformuleerd die de basis vormt voor alle communicatie: "Enschede is een technologische, innovatieve en creatieve (TIC) stad waar het door de menselijke maat en Enschedese mentaliteit fijn ondernemen, studeren, recreëren en wonen is."

CITYMARKETING

Als men in 2028 aan Enschede denkt, zorgt dit bij onze doelgroepen voor een warme herinnering aan Enschede en zin om de stad te blijven ontdekken. Hierbij weet men dat we een stad zijn van Technologie, Innovatie en Creativiteit en herkent men ons stadswapen. Bewoners voelen de **stadstrots** en vertellen als ambassadeurs aan iedereen vol passie wat onze stad te bieden heeft.

Onze campagnes en content tonen vaker het beeld vanuit de menselijke kant en het ritme van Enschede



CITYMARKETING DOELSTELLINGEN

1. Enschede geniet bekendheid als TIC-stad

- a) Enschede heeft een onderscheidend en duidelijk TIC-imago
- b) Betekenis van Enschede TIC-stad is bij merendeel bewoners, ondernemers en bezoekers bekend
- c) Talenten binden zich aan Enschede
- d) Er is een actief netwerk van ambassadeurs

2. Inwoners voelen en tonen hun stadstrots

- a) Alle inwoners dienen als ambassadeur van onze stad
- b) Stadswapen wordt direct geassocieerd met (merkwaarden) Enschede
- c) De Enschedese vlag siert onze straten



VTE

INWONERS EN BEZOEKERS WETEN IN 2028 NOG
BETER WAT HET AANBOD IS VAN DE STAD ENSCHEDE
EN HAAR GROENE OMGEVING.



VTE DOELSTELLINGEN

3. Enschede heeft een groter en divers aanbod aan vrijetijdsbestedingen afgestemd op de doelgroepen
4. Het aanbod VTE spreekt een bredere doelgroep aan
5. Cultureel Enschede heeft groot publiekelijk bereik door geclusterde promotie
6. Enschede geeft betekenis aan het begrip Bruisende stad

*In een Bruisende stad voel je je altijd welkom.
Zodra je één voet in de stad zet merk je:
er hangt een belofte in de lucht. Er staat wat
te gebeuren!*



EVENEMENTEN

IN 2028 STAAN ER OP ONZE JAARKALENDER NIET MEER
EVENEMENTEN, FESTIVALS OF ACTIVITEITEN DAN
DAT WE NU HEBBEN.

NEE, ER STAAN OP DEZE KALENDER JUIST MEER KLINKENDE
NAMEN DIE BIJ EEN BREED EN GEVARIEERD PUBLIEK STERK
TOT DE VERBEELDING SPREKEN



EVENEMENTEN DOELSTELLINGEN ^{1/2}

7. Evenementen werken allen samen aan het uitdragen van ons imago

- a) Enschede Promotie en gemeente voeren regie op samenwerking evenementen
- b) Enschede Promotie heeft loketfunctie voor alle evenementen op het gebied van informeren, adviseren en motiveren
- a) Evenementenmarketing zorgt voor uniforme herkenbaarheid Enschedese evenementen
- b) Enschede herbergt originele en innovatieve evenementen



EVENEMENTEN DOELSTELLINGEN ^{2/2}

8. Enschede herbergt originele en innovatieve evenementen

- a) Enschede Promotie initieert initiatieven voor vernieuwing evenementen aanbod
- b) Enschede Promotie is penvoerder Bruisende Binnenstad Evenementen
- c) Jaarlijkse afstemming en kennisdeling evenementen organisatoren
- d) Enschede Promotie is kennisbron en vraagbaak organisatoren en overheden





STUDY IN ENSCHDE.com

3000 studenten met Enschede Discount Card

29 ondernemers aangesloten

2024: Ruim 200.000 bereik online

Samenwerking UT, Saxion, AKI/ARTEZ, ROC





CAMPAGNE NEDERLAND

DAGBEZOEK





CULTUURCONVENANT

COLLECTIEVE PROMOTIE





ENSCHED E CADEAUKAART

2025





**ENSCHЕDE
PROMOTIE**

ENSCHЕDE CITYMAGAZINE 2025



ENSCHЕDE



VTE

TOURIST INFO
ROUTES

UIT IN ENSCHEDE.NL



700

ENSCHUDE VIERT FEEST!

1325-2025

CAMPAGNE



DUITSLAND CAMPAGNE

DOELGROEP

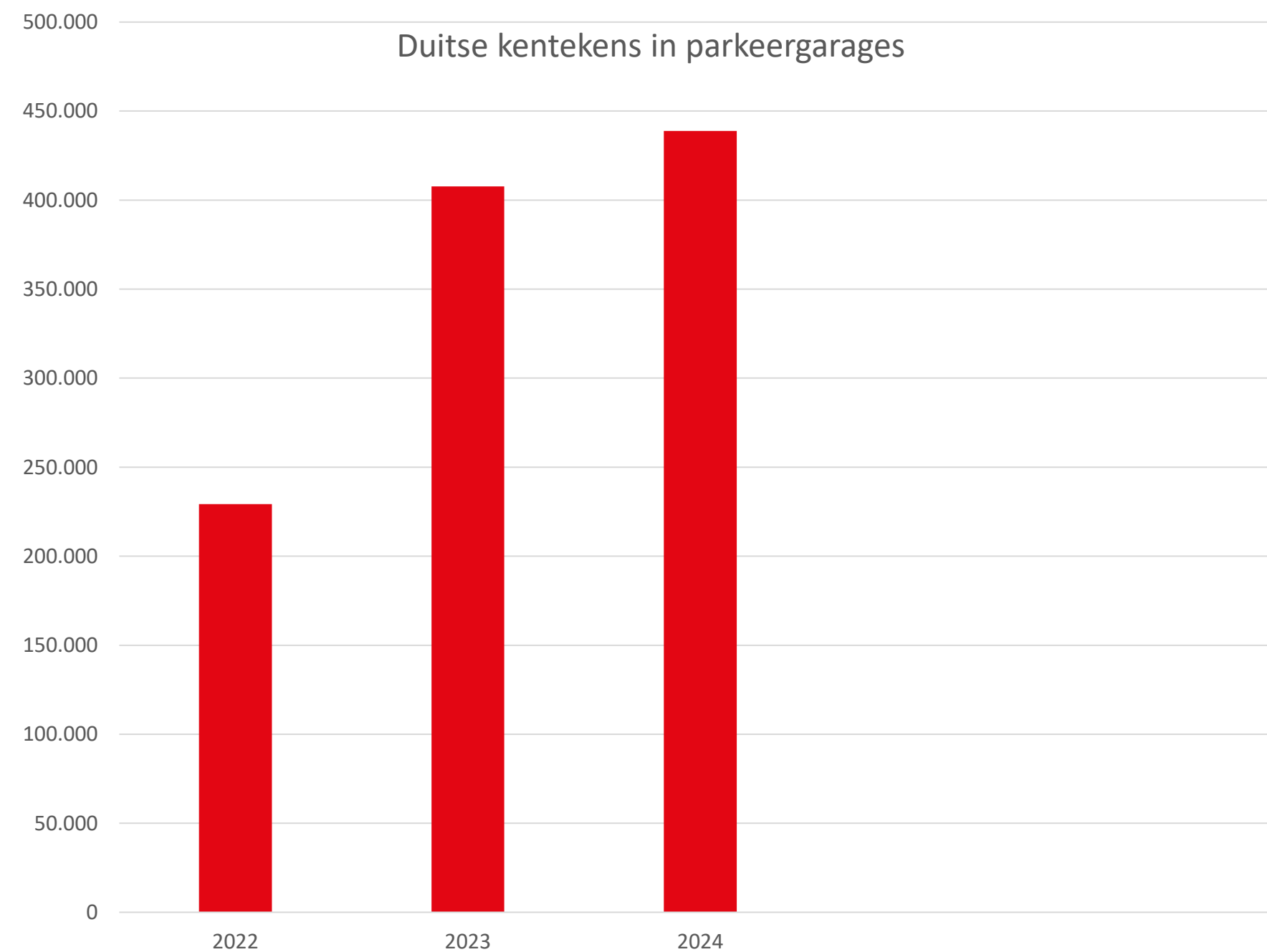
(Dag-)bezoekers uit
NRW en Niedersachsen
(17 mln + 7 mln)

Focusgebieden:

- Euregio
- Noord-Ruhrgebied
- Bielefeld en omgeving



DUITSE BEZOEKERS IN ENSCHEDE



- Interesses: Shoppen, markt, culinair en Nederlandse cultuur
- “Urlaubsgefühl” - Nederlandse sfeer als onderscheidend kenmerk
- Bruisende stad, ook op (Duitse) feestdagen en zondagen
- Korte reistijd

STERKE INZET EIGEN MIDDELEN

- Duitse website Stadtenschede.de
- Duitse Social Media kanalen
Pinterest en Facebook (>35.000
volgers)
- Duitse nieuwsbrief (>10.000
abonnenten)
- Duitse uitagenda
- Duitse folders en routes
- Online campagnes

365 TAGE URLAUB
IM SHOPPINGPARADIES



365 TAGE URLAUB CAMPAGNE

- PR (advertorials, advertenties, winacties)
- Radioreclame
- DOOH
- Outdoor
- Busreclame
- Reclame vliegveld Münster-Osnabrück
- Influencemarketing
- Guerilla acties





EVENEMENTEN 2025

WE MAKEN ER EEN FEESTJE VAN!





BRUISENDE BINNENSTAD

De gemeenteraad heeft het nieuwe evenementenbeleid van de gemeente Enschede vastgesteld op 4 december 2023.

Binnen het nieuwe evenementenbeleid is ruimte gemaakt voor een sportprogramma, beeldbepalende evenementen en middelgrote evenementen.

Daarnaast is één van de onderdelen van het nieuwe evenementenbeleid een evenementenprogramma voor een **Bruisende Binnenstad**.



SAMENWERKING

- VHSE
- Ondernemersfonds
- Stichting Muziekkwartier
- Stichting Enschede Promotie

De kaders van de Bruisende Binnenstad is samengesteld door een breed gezelschap van binnenstadpartners (ondernemers, horeca, cultuur, evenementen)

Doel is dat de verschillende programma's binnen het evenementenbeleid elkaar versterken en zo samen bijdragen aan een rijk en gevarieerd programma van evenementen voor Enschede.



AGENDA 2025

25 en 26 april

17 mei

30 en 31 mei

4 juli

5 juli

juli/aug

10 en 17 juli

27 aug

nov/dec

11 t/m 14 dec

24 december

Koningsfestival Enschede

Streetart Festival

Red Roots Festival

Symphonic Broadway

Oude Markt Sing –Along

Vier de Zomer in Enschede

Grolsch Summer Sounds

Introductieconcert

Winters Enschede

Enschede Lights Up

Kerstmiddag

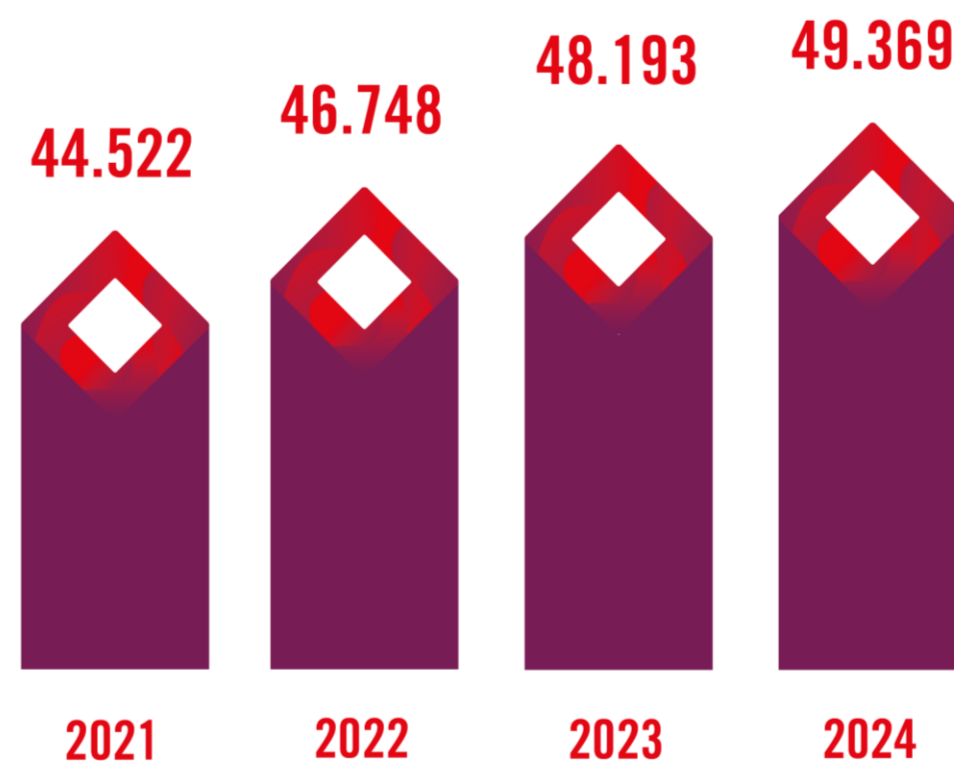




CONTENT/ONLINE PLANNEN 2025

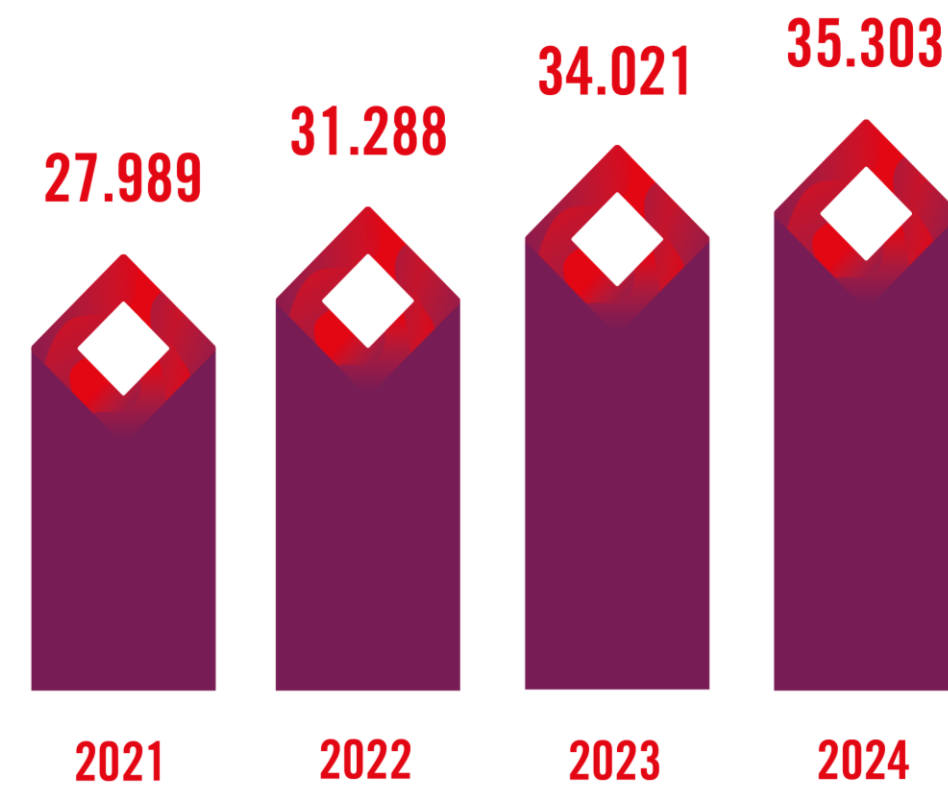
BEWONER ↪
BEZOEKER





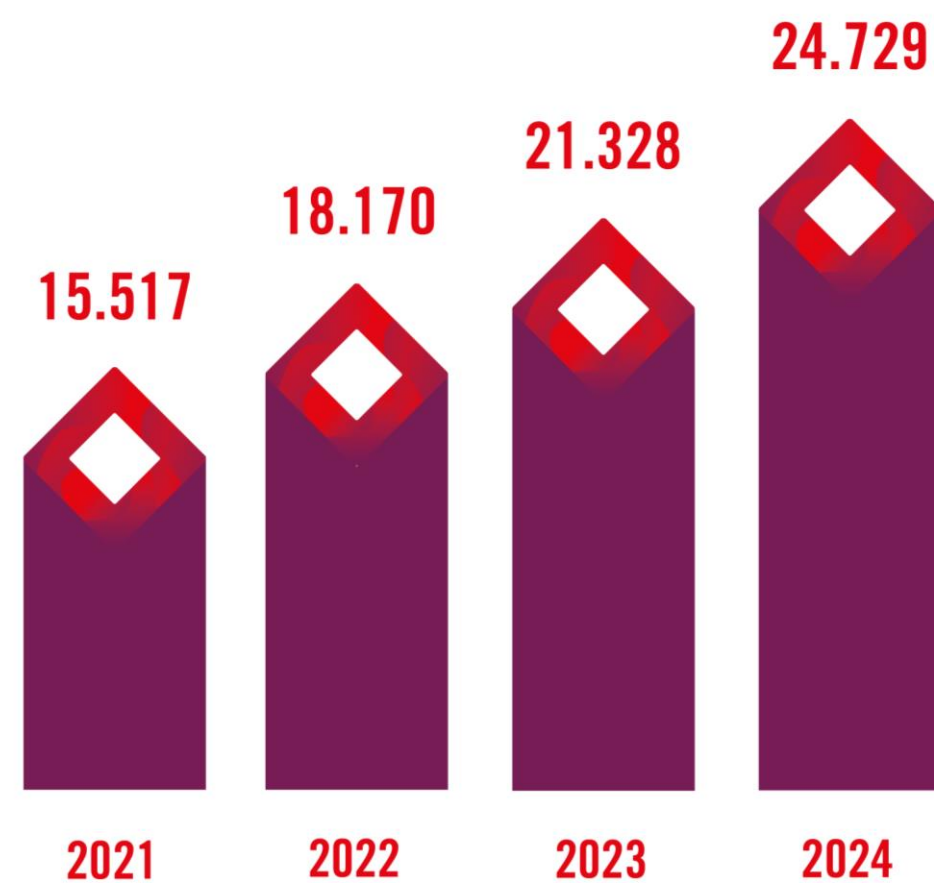
VOLGERS

FACEBOOK @ENSCHEDÉ



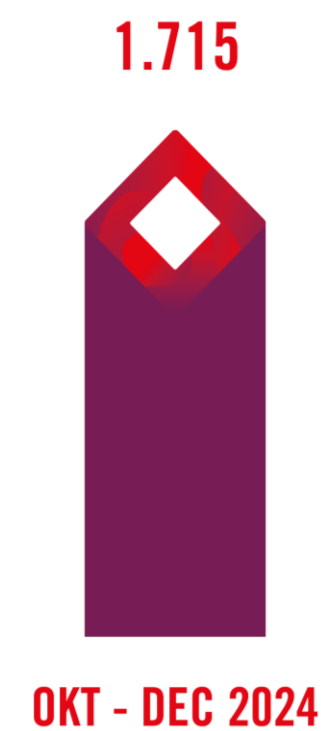
VOLGERS

FACEBOOK @STADTENSCHEDÉ



VOLGERS

INSTAGRAM @ENSCHEDÉ



VOLGERS

TIKTOK @UITINENSCHEDÉ

CONTENT

- Websites

uitinenschede.nl | stadtschede.de |
visit-enschede.com | enschede700.nl

- Social Media

Facebook | Instagram | TikTok

- Offline

Folders, routes, magazines e.d.

EVENEMENTEN PROMOTIE

- Ondersteuning
- Merk bij evenementen

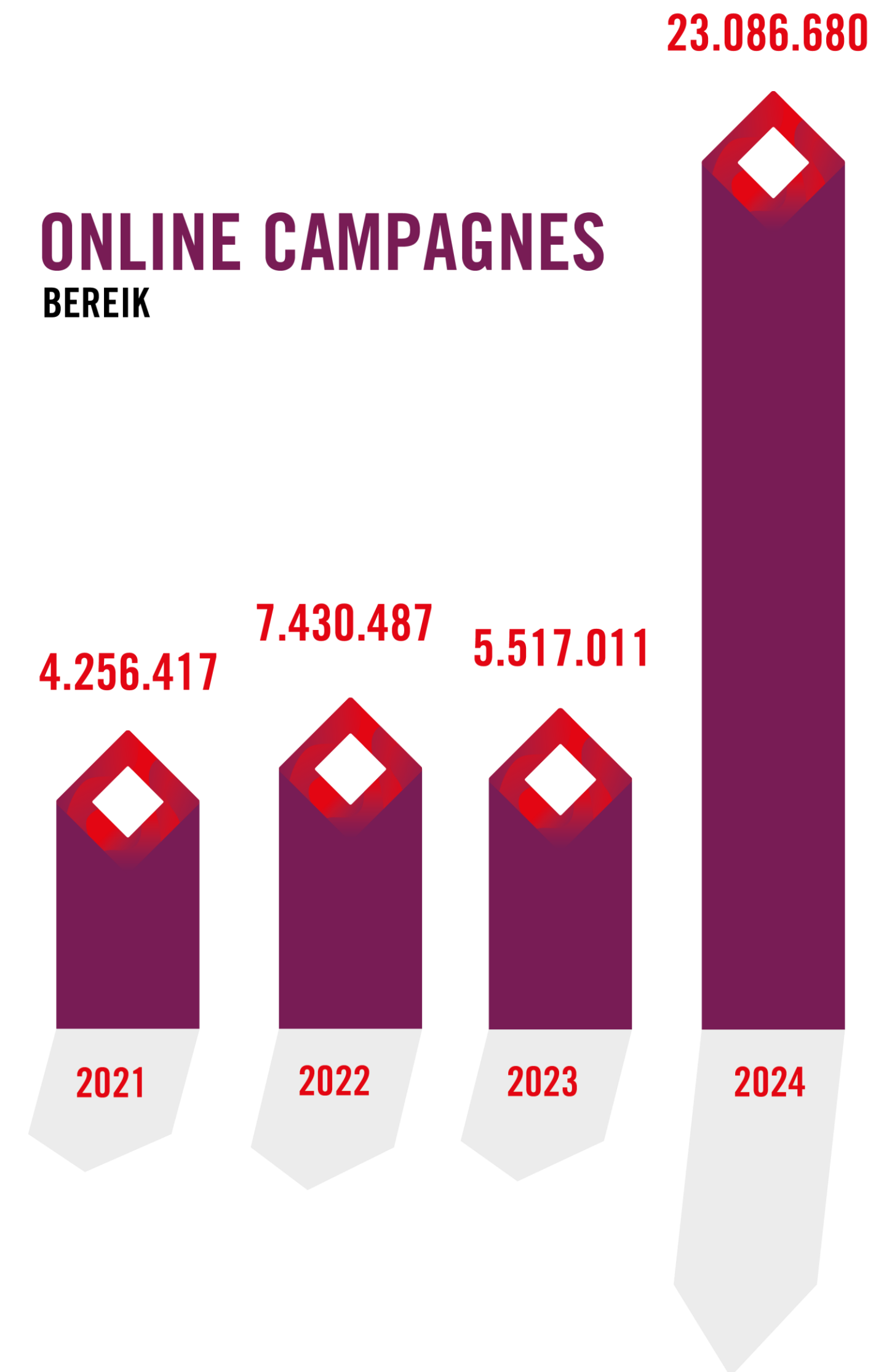
ONLINE MARKETING

- SEA
- SEO
- Emailmarketing
NL: 18.920 inschrijvingen
DU: 10.845 inschrijvingen

DATA PLATFORM

- Inspiratieplatform

ONLINE CAMPAIGNES BEREIK



ROUTE 2028

- Samenwerking voorop
- Focus op ingeslagen koers
- Onafhankelijk en objectief
- Creatief en origineel
- Informeren stakeholders

OBSTRUCTIES

- Samenwerken is lastig
- Wiel telkens opnieuw uitvinden
- BEZUINIGINGEN



EINDE
(OF JUIST 'T BEGIN..)
VRAGEN?

